

Костинець В.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та сфери обслуговування
Київський національний університет технологій та дизайну

СВІТОВИЙ ТУРИЗМ: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

За перші десять місяців 2020 року відбулося падіння міжнародних туристичних прибуттів на 72% [2], що пов'язане зі світовими обмеженнями на поїздки, падінням доходів споживачів туристичних послуг та глобальною боротьбою за стримування COVID-19. Незважаючи на певне поліпшення, зафіксоване в літні пікові місяці для міжнародного туризму – липень та серпень, – отримані результати дещо погіршилися у вересні та жовтні, що було пов'язане зі зростанням випадків COVID-19 у світі, повторним введенням обмежень на поїздки, в першу чергу, в країнах Європи, та постійним закриттям кордонів у багатьох напрямках, зокрема, в Азії та Тихоокеанському регіоні.

Орієнтовне зменшення кількості прибулих іноземних громадян за результатами дванадцяти місяців 2020 р. еквівалентно втраті близько 1 млрд. туристів та 1,1 трлн. доларів США надходжень від міжнародного туризму. Визначене падіння у міжнародному туризмі може призвести до економічних втрат у світовому ВВП на понад як 2 трильйони доларів США, що перевищує 2% світового ВВП 2019 року. Водночас дані, отримані з останніх досліджень Всесвітньої туристичної організації свідчать про те, що частка закритих туристичних напрямків знизилася з 82% наприкінці квітня 2020 року до 18% на початку листопада минулого року [1, с.89].

Починаючи з червня, велика кількість світових напрямків послабили обмеження на поїздки, перейшовши від політики повного закриття кордонів до більш цілеспрямованих обмежень. Фактична кількість зменшилась із 156 країн у квітні до 59 на початку листопада. Незважаючи на це, більшість країн дотримуються певних обмежень на в'їзд та виїзд, зокрема, таких як обов'язкові карантини чи заборони на поїздки для туристичних ринків третіх країн. Загалом 59 країн призначення підтримували «часткове» закриття кордонів на початок листопада, що еквівалентно 52% прибуттів у світі, тоді як 95 країн мали «інші заходи» (27%) [2], серед яких, зокрема, ПЛР-тестування як умова здійснення подорожі або ж вільний в'їзд до країни прибуття, але з умовою перебування із дотриманням стандартних вимог забезпечення безпеки.

Туризм-2020 у країнах, що відкрили свої кордони для туристичних прибуттів, характеризувався двома ключовими трендами - цифровізацією (автоматизація процесів обслуговування за допомогою технологій штучного інтелекту; інтегровані гостьові додатки; безконтактне

обслуговування тощо) та дотриманням санітарних норм (регулярне прибирання та дезінфекція номерів; ретельна санітарна обробка поверхонь; безконтактні рамки вимірювання температури гостей готелю; дезінфекція багажу; нові формати обслуговування в ресторанах тощо).

Відповідно, на нашу думку, основними тенденціями сфери подорожей, які будуть характерними на туристичній арені протягом 2021 року стануть:

1. тривалий відпочинок або, так звана, *staycation*, що пов'язане із перебуванням туристів за межами свого постійного місця проживання протягом 14 і більше днів або здійснення декількох подорожей за рік;

2. дистанційна робота з будь-якої точки світу або *workation*, що передбачає можливість працювати звідусіль, де є *wi-fi* та надаються знижки від готелів на довгострокове перебування (на сьогодні лідерами *workation* є о. Балі, Барбадос, Аруба та Хорватія);

3. безконтактні технології та найкращий сервіс із турботою про здоров'я;

4. турагенти та тревел-консультанти – помічники в організації подорожей та джерело знань туристів;

5. популярність «гарячих турів», при цьому «раннє бронювання» вимушено перебуватиме на паузі, що пов'язане з побоюваннями туристів заздальгідь бронювати авіаквитки та номери в готелях у зв'язку з мінливістю умов в'їзду;

6. зростання популярності автомобільних подорожей;

7. відродження ділового туризму, пов'язане із відновленням різних галузей економіки та бізнес-середовища;

8. відкритим залишається питання вакцинації та введення паспортів здоров'я, адже наразі думки стосовно необхідності впровадження даного інструменту розділилися як серед фахівців індустрії гостинності та в цілому ринку туристичних послуг, так і серед представників світових політичних структур.

Загалом же, на думку фахівців ринку туристичних послуг, протягом 2021 р. очікується суттєве відновлення міжнародних прибуттів та збільшення кількості дестинацій, відкритих для подорожувальників.

Література

1. Kostynets V. Pent-up demand's realization in the hospitality sector in the context of COVID-19 / V. Kostynets, Iu. Kostynets, O. Olshanska / Journal of International Studies. – Vol.14. - №1. – 2021. – P.89-102

2. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70% (2020, December 17). URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70>

3.Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100–108.

ПЛАТФОРМА 6

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА СТАРТАП-РУХ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

УДК 330.341.1

Дудко П.М, к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК СТАРТАПІВ В СВІТІ

Термін «стартап» зародився в США у 1939 році, коли Хьюлетт і Паккард створили власну невелику фірму, яку назвали “start-up”. Ця компанія, яка є одним з лідерів з виробництва комп'ютерної та оргтехніки, досягла великих вершин та зараз відома в світі під назвою Hewlett-Packard (HP) [1, с. 647].

Стартап - це тимчасова форма організації, яка завжди шукає відтворену і масштабовану бізнес-модель. Ідея розвивається з нуля, а головна мета стартапу - знайти джерела прибутку.

Стартап часто асоціюють з технологіями, винаходами і технічними інноваціями. Насправді, такий проект можна організувати абсолютно у будь-якій сфері діяльності). Сама назва «стартап» походить від англійського «start up», що в перекладі означає «запускати» і має на увазі початок процесу. Необов'язково, щоб проект був пов'язаний з якимись інноваціями. Основна ознака стартапів - фокус на нових бізнес - моделях і швидкому зростанні.

Від звичайного бізнесу стартап відрізняють: новизна проекту; мінімальні стартові затрати; унікальна ідея та швидке зростання.

Існує два типи стартапів:

1) класичні проекти, в яких основою стають прості ідеї, перероблені і втілені в іншій формі;

2) інноваційні проекти, в яких за основу беруть корисні нові відкриття. У такі проекти необхідно вкласти чимало коштів на початковому етапі, ідею потрібно доопрацювати і реалізувати.